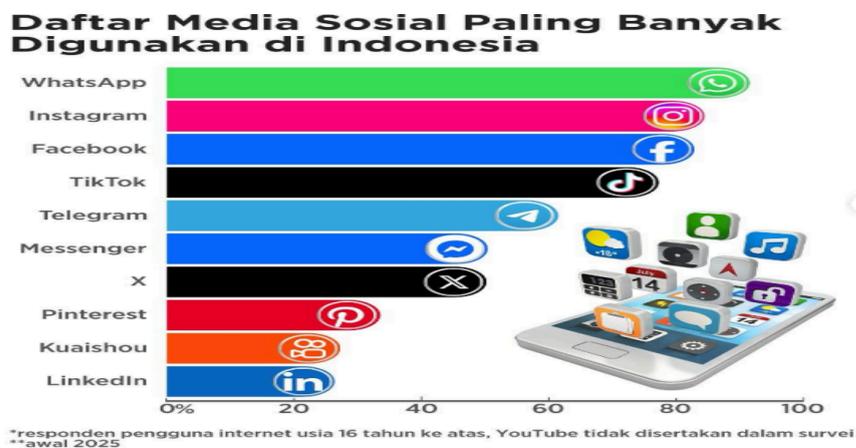


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, pemanfaatan media sosial di Indonesia telah mengalami peningkatan yang sangat pesat. Platform seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok kini bukan hanya digunakan sebagai sarana komunikasi pribadi, tetapi juga telah menjelma menjadi alat pemasaran yang efektif. Berdasarkan data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* di awal tahun 2025, WhatsApp menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, diikuti oleh Instagram dan TikTok. Fakta ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam strategi pemasaran masa kini.



Gambar 1.1 DAFTAR MEDIA SOSIAL PALING BANYAK DIGUNAKAN DI INDONESIA (Februari 2024)

Sumber : *We Are Social*

Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia lebih memilih platform yang bersifat cepat, personal, serta mendukung konten visual. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial tersebut, banyak

brand maupun perusahaan mulai berfokus pada pengembangan strategi digital mereka, termasuk bekerja sama dengan agensi yang ahli di bidang komunikasi dan promosi berbasis digital. Salah satu agensi yang bergerak di bidang ini adalah Creative Style, sebuah agensi periklanan yang menjadi bagian dari Martha Tilaar Group. Agensi ini telah memiliki pengalaman lebih dari 30 tahun dalam mengelola berbagai kampanye pemasaran, baik untuk produk kecantikan, gaya hidup, maupun makanan.

Selama menjalani program magang di Creative Style, penulis mendapatkan peran sebagai *Social Media & Strategic Intern* yang terlibat langsung dalam berbagai aktivitas digital yang nyata. Tugas utama yang dijalankan mencakup penyusunan *editorial plan* untuk komunitas Blue Band Master yang berada di grup WhatsApp, melakukan pelacakan serta pengelolaan kerja sama dengan *Key Opinion Leaders (KOL)* untuk beberapa brand, serta melakukan analisis kompetitor sebagai bagian dari pengembangan kampanye.

Dengan berpartisipasi dalam proyek-proyek tersebut, penulis tidak hanya mendapatkan gambaran praktis tentang cara kerja industri komunikasi digital, tetapi juga belajar bagaimana menyusun strategi yang terukur, relevan, dan sesuai dengan karakter target audiens. Laporan ini disusun untuk mendokumentasikan seluruh proses kerja magang yang telah dilalui, termasuk pengalaman yang diperoleh, tantangan yang dihadapi, serta pembelajaran yang didapat selama bergabung di perusahaan.

Pengalaman ini memberikan wawasan praktis tentang strategi komunikasi digital berbasis komunitas, pengelolaan kolaborasi dengan influencer, dan peran eksekusi dalam distribusi konten. Oleh karena itu, laporan ini disusun untuk merekam seluruh proses kerja, kendala, serta solusi yang diterapkan selama kegiatan magang.

Pemilihan Creative Style sebagai tempat magang didasarkan pada reputasinya sebagai agensi yang berpengalaman dalam kampanye pemasaran

digital dan kemampuan mereka dalam mengelola komunitas digital. Pengalaman ini memberikan saya kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dalam strategi pemasaran digital, pengelolaan komunitas, dan analisis kompetitif.

Melalui laporan ini, saya akan menjelaskan pengalaman saya selama magang di Creative Style, mulai dari pemahaman tentang profil perusahaan, tugas dan tanggung jawab yang saya jalankan, hingga kendala dan solusi yang saya temukan selama program magang. Laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang peran *Social Media & Strategic Intern* dalam sebuah agensi periklanan serta manfaat yang saya peroleh dari pengalaman ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Program magang yang diikuti penulis merupakan bagian dari implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar langsung dari dunia industri, serta mengembangkan kemampuan profesional di luar ruang kelas. Melalui program ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami dinamika kerja nyata dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama pembelajaran selama kuliah secara langsung di lapangan.

Dengan mengikuti magang di Creative Style, penulis berharap dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai dunia strategi pemasaran digital. Selain itu, penulis juga ingin mengasah keterampilan komunikasi, pengelolaan proyek, dan penyusunan konten berbasis strategi. Melalui keterlibatan langsung dalam proyek-proyek klien, penulis bisa belajar dari para profesional dan memahami pola kerja yang berlaku di industri kreatif. serta mengasah keterampilan praktis yang relevan dengan kompetensi program studi.

Lebih dari itu, magang juga menjadi wadah bagi mahasiswa untuk melatih *soft skills* seperti kemampuan berkomunikasi, beradaptasi dengan lingkungan kerja, menyelesaikan masalah, serta bekerjasama secara tim. Oleh karena itu, kerja magang bukan hanya sebagai syarat akademik, tetapi juga merupakan proses pembentukan karakter dan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja setelah lulus.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang di Creative Style secara umum adalah untuk memberikan pengalaman profesional yang relevan dan aplikatif dalam dunia industri periklanan. Secara khusus, tujuan magang ini meliputi:

1. Menggambarkan aktivitas dan tanggung jawab yang dijalankan dalam posisi Social Media & Strategic Intern selama program magang berlangsung.
2. Memberikan pengalaman langsung dalam menyusun *editorial plan* untuk komunitas WhatsApp Blue Band Master, mulai dari riset konten hingga penjadwalan.
3. Memahami proses koordinasi dan pengelolaan *KOL (Key Opinion Leaders)* dalam konteks kampanye digital, serta mengevaluasi efektivitasnya.
4. Mengaplikasikan kemampuan teknis dalam penjadwalan dan publikasi konten digital seperti *reels*, foto, dan *story* untuk brand parfum Scentde.
5. Mengembangkan kemampuan berpikir analitis dan kritis dalam menilai efektivitas strategi konten yang telah dijalankan.
6. Melatih keterampilan profesional yang diperlukan di dunia kerja, seperti tanggung jawab, ketepatan waktu, komunikasi profesional, serta kerja sama tim lintas fungsi.
7. Menghasilkan laporan akhir magang sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik dan dokumentasi pengalaman kerja lapangan yang sistematis.

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, diharapkan mahasiswa dapat menjadi lulusan yang adaptif, siap kerja, dan mampu bersaing di era digital dan industri kreatif yang terus berkembang.

1.3 Waktu dan Prosedur

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang di Creative Style sebagai *Social Media & Strategic Intern* dilaksanakan sesuai dengan standar dan ketentuan Kampus Merdeka yang berlaku di Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Durasi magang ditetapkan dengan minimum 640 jam kerja efektif atau kurang lebih 5 bulan. Selama magang, penulis melakukan 4 hari *work from office* (Senin-Jumat). Berikut adalah rincian pelaksanaannya:

Nama Perusahaan : Creative Style

Bidang Usaha : *Advertising/Marketing Agency*

Posisi Jabatan : *Social Media & Strategic Intern*

Waktu Pelaksanaan : 24 Februari – 31 Juli 2025

Hari Kerja : Senin - Jumat

Jam Kerja : 08.00 - 17.00

Alamat : Jl. Pulo kambing II no.2, Kawasan Industri

Pulogadung RW.11, RW.11, Jatinegara, Cakung, East Jakarta City, Jakarta 13930

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis telah mengikuti aturan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan Creative Style. Berikut merupakan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dijalankan oleh penulis.

1. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio kepada Creative Style melalui *email* resmi agensi.

2. Penulis menerima balasan terkait CV yang dikirimkan sebelumnya oleh HRD Creative Style . Pihak HRD Creative Style memberi tahu bahwa penulis diundang untuk mengikuti sesi *interview*
3. Penulis melakukan *interview* secara langsung di kantor bersama Direktur.
4. Penulis diterima magang dan mulai melaksanakan program kerja magang merdeka yang dimulai pada tanggal 24 Februari 2025.
5. Penulis melakukan registrasi *Internship Track 1* pada *website* merdeka.umn.ac.id.
6. Penulis mengisi form registrasi mengenai data diri dan data perusahaan tempat penulis akan menjalankan proses kerja magang merdeka.
7. Penulis menerima *Cover Letter MBKM Internship Track 1* dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai surat pengantar Universitas kepada Creative Style
8. Penulis melengkapi *Complete Registration* pada *website* merdeka.umn.ac.id.
9. Penulis menulis *Daily Activities* terkait pekerjaan yang dilakukan di Creative Style
10. Penulis melakukan bimbingan magang bersama dosen pembimbing dan *Input Counseling Meeting* pada *website* merdeka.umn.ac.id.